

# 微时代冰雪体育文化传播的机遇、挑战与出路

陶畅

(湖北大学 体育学院, 湖北 武汉 430062)

**摘要:** 冰雪体育运动是冰雪体育文化的物质载体, 冰雪体育文化是冰雪运动的精神支撑, 利用好“微时代”传播特征有利于促进冰雪体育文化交流和发。通过梳理“微时代”传播特征, 探寻冰雪体育文化在“微时代”背景下的发展机遇, 面临的挑战以及解决策略, 以期促进“微时代”背景下冰雪体育文化的良性健康发展, 推动冰雪体育运动的普及, 为我国建成冰雪体育文化强国提供理论支撑。

**关键词:** 微时代; 冰雪体育文化; 传播

## Opportunities, Challenges and Solutions of Ice and Snow Sports Culture Transmission in the Micro Era

TAO-Chang

(School of Physical Education, HuBei University, Wuhan 430062, China)

**Abstract:** Ice and snow sports are the material carrier of ice and snow sports culture, and ice and snow sports culture is the spiritual support of ice and snow sports. Making good use of the “micro era” communication characteristics is conducive to promoting the exchange and development of ice and snow sports culture. Through sorting out the communication characteristics of the “micro era”, explore the development opportunities, challenges and solutions of ice and snow sports culture under the “micro era” background, with a view to promoting the healthy development of ice and snow sports culture under the “micro era” background, promoting the popularization of ice and snow sports, and providing theoretical support for China to build a strong country of ice and snow sports culture.

**Key words:** Microera; Ice and snow sports culture; spread

### 1 前言

随着 2022 年北京冬奥会圆满落幕, 冰雪体育文化传播的浪潮正席卷而来, 冰雪体育运动得到了一定的发展, 但与其他类型体育运动相比, 我国冰雪体育运动仍属于发展水平较为低下, 文化氛围较为薄弱的运动项目。在后冬奥时代, 如何持续推动冰雪体育运动高速发展、冰雪体育文化广泛传播, 成为我国体育事业发展的当务之急。目前人类社会已经步入了以互联网信息技术发展为基础, 传播方式与传播媒介出现本质性变化的“微时代”<sup>[1]</sup>。根据数据分析机构 Newzoo 统计数据显示, 截至 2021 年中国智能手机用户超过 9.5 亿人, 并且这一数据仍在持续上涨的

过程之中, “微时代”的浪潮已不可阻挡。

在此背景下, 针对微时代冰雪体育文化传播的机遇、挑战与出路进行研究有利于在新时代的背景下为我国冰雪体育运动创造良好的文化氛围, 促进我国冰雪体育运动健康发展。

### 2 相关概念界定

#### 2.1 冰雪体育文化定义

冰雪体育文化是体育文化的下层概念, 对体育文化这一概念的正确是冰雪体育文化概念进行逻辑划分的出发点。通过查阅相关文献并进行总结归纳可知, 体育文化

是指体育在长期的发展过程中形成的被社会大众普遍认同和遵循的体育价值观念、意识形态、规章制度、行为准则及设施设备等一系列精神文化和物质文化的总和<sup>[2]</sup>。基于此,本文对冰雪体育文化的定义为:冰雪体育文化是指在冰天雪地的环境中,人们以冰雪为媒介进行体育活动的长期过程中所形成普遍共识的价值观念、规章制度、行为准绳等一系列精神文化和物质载体的总和。

## 2.2 “微时代”定义及其传播特征

“微时代是以信息数字技术为基础,采用数字通信技术,运用音频、视频、文字、图像等多种方式,通过新型的、移动便捷的显示终端,进行以实时、互动、高效为主要特征的传播活动的新的传播时代。”<sup>[3]</sup>随着技术变迁,这种以短小精炼作为文化传播的特征已经越来越明显,且越来越被普罗大众所接受。“传播工具的物理性能决定传播工具的特点”是新闻传媒行业发展的基本规律之一<sup>[4]</sup>。通过查阅相关文献资料结合“微时代”传播工具特征,对“微时代”主要传播特征进行概括如下:

(1)高效性:作为“微时代”最具代表性的媒介平台,新浪微博的标语就是“随时随地分享身边的新鲜事儿”,其中随时、随地、随时的特征就能很好地反映出“微时代”传播的高效性。在“微时代”,受众通过手持移动终端连接网络即可随时随地利用微博、微信等媒介平台以文字、图片或视频的形式即时接收或传达信息,信息流效率相较于传统的传播方式得到了显著提升。

(2)强互动性:“微时代”传者与受众的界限不在明晰,任何人都可以通过聊天、评论或是相互@的方式实现粉丝与博主之间的互动,同时任何人都可以参与到自身感兴趣的话题交流与讨论之中,人们不再仅仅是信息的接收者,同时也是信息的传播者之一。

(3)草根性:“微时代”的信息传播者往往只需简单操作,就可以借助微信、微博等网络平台实现文字、语音、图片、视频等信息的发布,依托于移动终端和数字技术,大大降低了传播者的传播门槛,突破了传统媒体垄断话语权的局面。

(4)封闭性:利用大数据对受众需求分析并进行精准推送是“微时代”主要传播特征之一,传播者利用这项技术对受众投其所好地反复对某同一类型信息进行推送,在会导致在一定程度上受众接收信息面变窄,知识储备变局限,从而产生自我封闭的行为。

(5)碎片性:一方面“微时代”的海量信息迫使媒介平台必须对信息文本的容量作出一定的限制,而对信息文本容量的限制决定了其传播内容碎片性的特征,另一方面在“微时代”几乎人人都可以扮演信息生产者的角色,这也导致信息分布传播的形式将会变得更加碎片化。

(6)媚俗性:受制于对文本内容、图片大小、视频长度的限制,一些新闻媒体为了第一时间抓住受众眼球从而获取更多经济利益的考虑,容易出现在新闻标题上哗众取宠,在新闻内容上追逐揭露隐私,血腥暴力等不道德、不健康的行为,呈现出内容媚俗化的表征。

## 3 “微时代”冰雪体育文化传播的机遇

### 3.1 高效性突破冰雪体育文化交流桎梏

最初人们对于冰雪体育文化的讨论多限于各类交流会和线下讨论会之中,在时间和空间上都受到很大程度的限制,而随着计算机和互联网技术的发展,各类贴吧、交流群成为冰雪体育文化传播的主要地点,在空间层面上得到了解放。“微时代”的传播依托于数字技术和移动终端技术的发展,传播者不再受时空因素的限制,可以通过便捷的工具和手段编辑发布冰雪运动文化内容,呈现出高效传播的特性,这对冰雪运动文化的传播起到了加速作用。以冰雪运动竞技新闻为例,时效是竞技运动类新闻的生命,而“微时代”这种小而精的传播模式,有利于用户通过各种渠道随时随地传播和接收与冰雪运动相关的新闻并进行交流讨论,高效传播冰雪运动竞技新闻而不受时间和空间上的限制,这种时效是以往的传播模式所无法比拟的。

### 3.2 强互动性搭建冰雪体育文化交流平台

任何一种文化的发展都离不开交流与碰撞,在过去人们了解冰雪体育文化主要依靠主流媒体报道的形式,人们在冰雪体育文化的传播中通常扮演受众的角色,人与人之间的交流并不频繁。然而,随着科技手段的不断变化,“微时代”的人们呈现出极强的交互性传播特征,打破了以往冰雪运动文化单向传播的传统,几乎任何人都可以利用手机、电脑随时随地参与话题讨论,为人们搭建起一个“人人有话筒”的冰雪体育文化讨论平台。以新浪微博“北京2022年冬奥会”超级话题为例,在该话题社区中,截止至冬奥会结束时共计发帖2.6万条,热门发帖下公众相互交流评论达数千条。媒体和受众之间通过相互作用,实现信息互动,进行动态的信息交流,从而提高了冰雪体育文化信息交流的活跃程度,促进了冰雪体育文化的发展。

### 3.3 草根性延展冰雪体育文化交流空间

草根性是“微时代”的传播特征之一<sup>[5]</sup>。借助网络的平台和数字技术,传播的门槛极大限度的被降低,传者和受众的界限不再明晰,几乎人人“可传可受”。冰雪体育文化的传播者不再仅仅局限于主流媒体,广大人民群众都可以对自己所喜闻乐见的冰雪体育文化进行传播。与主流性权威、专业和明确导向的传播方式不同,草根性的传播方式使冰雪体育文化更加生活化和平民化,冰雪体育文

化所展现出的文化内涵将更加“接地气”，人们更加愿意主动地参与到冰雪体育文化的交流讨论之中，这有助于延展冰雪体育文化传播的广度和深度，也符合中国特色社会主义发展道路上“以人为本”的核心发展理念。人民群众在冰雪体育文化传播的过程中进行受众到传者的角色转换，一方面促进自身对冰雪体育文化的内涵意义产生更加深刻的理解，另一方面也推动冰雪体育文化精神更加彻底地融入每一个人的日常生活之中。

## 4 “微时代”冰雪体育文化传播的挑战

### 4.1 封闭性加剧冰雪体育文化信息茧房产生

“信息茧房”一词是由美国哈佛大学法学院教授卡西尔（CassR）提出的，他认为公众对信息的需求是有选择性的，通常情况下人们往往只愿意接受自己感兴趣和能够愉悦自己的信息<sup>[6]</sup>。在“微时代”各种传播媒介更加善于利用大数据和信息流相关技术分析受众的阅读偏好，并有针对性地为用户推送个性化的信息，例如抖音、快手等短视频App通过受众观看短视频时产生的相关浏览数据进行推演和运算，猜测出受众所感兴趣的领域，并大量针对该领域进行定制化的内容投放。例如2022年北京冬奥会期间，大多数人对冰雪体育运动的关注点都集中于运动员的技术动作是否华丽，是否夺得奥运奖牌，因此冰雪体育文化的相关报道也多集中于个别运动员精湛的运动技巧以及夺金情况，而对冰雪赛事的文化背景、规章制度、科技应用等相关的报道则屈指可数。当用户的自主选择被算法取代后，会导致受众很容易将目光长期聚焦在某一类信息上，从而陷入狭义的信息壁垒，加剧信息茧房的产生，让人们们对冰雪运动文化的认知单一固化，产生群体极化的现象，对冰雪运动文化的自由流通及传播造成负面影响。

### 4.2 碎片性阻碍冰雪体育文化内容的表达

“微时代”的信息传达常常有一定的字数或时长限制，在微信、微博等媒介平台中能表达的信息通常只是只言片语（例如微博中通常将一则信息的字数长度限制在140字以内），呈现强烈的碎片化倾向。而成系统、成体系的冰雪体育文化却并非是通过寥寥数语所能承载的，数百字的文章或几分钟的短视频只能呈现出冰雪体育文化体系中的冰山一角，缺乏严谨性和全面性。除此之外，碎片化的信息中的内容往往是事实而非逻辑，是经验而非规律，受众难以从碎片化的信息中得到启发，展开思考从而留下深刻的印象，经常是浮光掠影式的浏览，这种浏览方式显然不利于人们对冰雪体育文化产生深刻的理解。对传播者而言，如此有限的信息容量对概括冰雪体育文化的精神内核是极大的一种考验，受众也难以从只言片语之中理解冰雪体育文化的本质内涵，有

限的信息容量和碎片化传播方式在一定程度上阻碍了冰雪体育文化内容的完整表达。

### 4.3 媚俗性挤压冰雪体育文化生存空间

从社会语境看，视听率和刺激消费已经成为现代媒体新闻报道的重要诉求，这是受近代消费主义思潮影响所导致的。在消费主义大行其道的背景下，“微时代”对信息内容大小的限制则进一步导致了媒体利用夸张、刺激、醒目的标题和内容报道一些非主流事物的倾向。媒体寄期望于通过这种手段满足受众猎奇的心理和实现媒体自身的经济目的，使冰雪体育文化在传播内容选择上容易走上过分迎合观众的极端，传播者不再挖掘冰雪体育文化的本质内涵，而将注意力集中于能第一时间抓住用户眼球的信息上，任由冰雪体育文化的价值在“微时代”的传播过程之中彻底沦丧。例如在冬奥会期间部分媒体为追求经济利益，对冰雪体育文化的关注点放在运动员姣好的面容、裸露的服装、摔倒的动作上，而对运动员之间激烈的比赛、精湛的运动技巧和团结拼搏的运动精神反而弃之不顾。长此以往，媒介媚俗化与受众低俗化趣味相互驯化，将会形成恶性循环并延展到冰雪体育文化的传播过程之中，导致文化糟粕对优质冰雪体育文化的生存空间造成挤压。

## 5 微时代冰雪体育文化传播的出路

### 5.1 打破壁垒，主动拓宽冰雪体育文化获取渠道

“吾生也有涯，而知也无涯”。欲图打破由技术手段带来的信息壁垒，首先要从公众本身入手，培养公众有意识的提升自我兴趣的边界，不做“信息偏食者”。要让公众除了关心自己所感兴趣的冰雪体育文化的同时，保持对其他类型的冰雪体育文化的好奇心理，促使公民主动利用不同渠道去探索、学习、接纳其他各具魅力的冰雪体育文化。

其次，媒体平台方面也需要注重对算法的优化升级，必须认清“精准投放”并非长久之道，教会用户思考远比一味地“讨好”用户更加能留住人心。用户长期对同一类信息的接收终究有一天会产生厌倦感，只有合理地运用技术手段，对不同类型的冰雪体育文化进行适量推送，探索用户的兴趣边界，并教会用户不断学习探索，才能打破信息茧房的束缚，实现用户和媒体平台双赢。

### 5.2 媒体革新，积极创新冰雪体育文化输出风格

传统的冰雪体育文化体系主要通过文字典籍和影视作品的方式呈现，依托于书籍和视频播放设备等载体，在“微时代”，碎片化信息传播的特征对传统的冰雪体育文化体系造成了一定的冲击，但我们同样要认识到碎片化传播具有多元化的传播主体、精简化的传播内容、多样化的传播结构以及亲和力强的话语表达方式等优点，这些也是让年轻人热衷于这类传播方式的主要原因。

为了顺应时代发展,想要在削弱冰雪体育文化碎片化传播所带来的消极影响的同时积极利用好碎片化传播优势,促进冰雪体育文化影响力的提升,我国媒体必须进行主动革新,这就要求广大媒体从业者应主动创新冰雪体育文化输出风格,并做好以下两个方面的工作:一是媒体从业者要在研究碎片化信息传播的特征的基础上努力适应言简意赅的话语风格,强化对冰雪体育文化精华的提炼能力。二是媒体从业人员应以正确的价值观为导向,在冰雪体育文化新闻制造过程中对当前热议的碎片化信息进行更为专业的剖析,以利于大众更深刻地理解冰雪运动文化的精神内涵,感受冰雪体育文化的独特魅力。

### 5.3 政府引导,健全冰雪体育文化传播监管机制

文化是民族之魂,也是国家治理之魂<sup>[7]</sup>,冰雪体育文化的良性发展离不开政府的有效引导。对冰雪体育文化内容报道应以“规范、客观、健康”为准绳,加强对传播主体的监管,抵制冰雪体育文化传播过程中的媚俗化倾向,严格把控媒体在冰雪体育文化传播中的道德底线,倡导各类媒体对冰雪体育文化所象征的精神内涵进行深度挖掘,推动冰雪体育文化积极健康发展。

一方面,应加强政府网络舆情部门与各类媒体之间的合作交流,通过采取“注册实名制”“内容预审核”等方式对冰雪体育文化传播市场中的媒体创作者形成一定的约束。另一方面,政府应加强主流媒体矩阵建设,积极顺应“微时代”传播特征,利用微信、微博、抖音等自媒体平台建设官方账号,创设冰雪体育文化相关话题,引导优质冰雪体育文化传播导向,同时开放群众举报渠道,并对群众举报内容及时进行审核处理,积极利用群众力量参与到冰雪体育文化内容质量监管之中。

## 6 结语

“微时代”是一个由信息技术革命所带来便利的新媒介时代,它不仅改变了信息的生成、传播与获取方式,同时还渗透到公众的日常生活和思维模式之中,对公众的日常生活产生了巨大影响。基于此,在北京冬奥会刚刚落下帷幕的契机下,冰雪体育文化要充分利用“微时代”传播特征,牢牢把握“微时代”为推广冰雪体育文化所带来的机遇,迎接“微时代”可能带来的挑战,主动拓宽冰雪体育文化获取渠道、积极创新冰雪体育文化输出风格、健全冰雪体育文化传播监管机制,在文化自觉和文化自信的基础上讲好中国“冰雪故事”,推动我国冰雪运动持续健康发展。

## 参考文献

[1] 王晓芳,刘江宏.微时代体育社群经济模式及实现

路径[J].体育与科学,2021,42(4):56-62.

[2] 鲁润梅.体育文化的概念、特征及价值研究[J].体育科技文献通报,2015,23(1):33-35.

[3] 栾雪梅.“微时代”的经典阅读推广策略[J].图书情报工作,2016,60(18):115-121.

[4] 郭庆光.传播学教程[M].北京:中国人民大学出版社,2011.

[5] 陆青,张驰,杜长亮.微时代我国体育文化传播的模式创新研究[J].南京体育学院学报(社会科学版),2016,30(6):51-55.

[6] [美]桑斯坦.信息乌托邦:众人如何生产知识[M].毕竟悦,译.北京:法律出版社,2008:102.

[7] 中华人民共和国中央人民政府网.中共中央办公厅 国务院办公厅印发《“十四五”文化发展规划》[EB/OL]. [2022-08-16]. [http://www.gov.cn/zhengce/2022-08/16/content\\_5705612.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2022-08/16/content_5705612.htm).

[8] 王婧文,王福秋,李舒雅,等.我国冰雪运动文化自觉的路径研究[J].沈阳体育学院学报,2020,39(5):138-144.

[9] 费郁红,冯靖媛,姜洋,等.我国冰雪体育文化自信发展探析[J].山东体育学院学报,2019,35(6):48-53.

[10] 李岫儒,柴娇.冰雪体育文化传播的意义及路径[J].体育文化导刊,2019(8):43-47,53.

[11] 高健,张建.微时代冰雪体育文化传播:价值、异化与消解[J].广州体育学院学报,2018,38(1):26-29.

[12] 罗清杨.新媒介与消费:冰雪运动文化的中国化构建模式探照[J].南京体育学院学报(社会科学版),2017,31(2):76-81.

[13] 王诚民.中国冰雪体育文化产业的创新发展研究[J].广州体育学院学报,2013,33(5):56-58,94.

[14] 武蕾,陈猛.微时代网络意识形态传播的嬗变与重构[J].传媒,2021(4):94-96.

[15] 马庆,邓慕秋.微时代的舆论特点及新闻应急处置体系构建[J].学习与实践,2020(3):130-134.

[16] 王思文,陈绚.“微时代”新闻传播的“合理使用”与传播权益:以“甘柴劣火”为例[J].国际新闻界,2019,41(10):111-125.

[17] 陆树楠.微时代核心价值观培育要“识微见远”[J].人民论坛,2018(13):130-131.

[18] 陆青,张驰,杜长亮.微时代我国体育文化传播的模式创新研究[J].南京体育学院学报(社会科学版),2016,30(6):51-55.